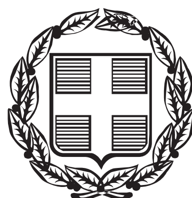


ΕΦΗΜΕΡΙΣ ΤΗΣ ΚΥΒΕΡΝΗΣΕΩΣ

ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑΣ

ΤΕΥΧΟΣ ΔΕΥΤΕΡΟ **Αρ. Φύλλου 951**

15 Απριλίου 2014

ΑΠΟΦΑΣΕΙΣ

Αριθ. απόφ. 274/IV/2004[1]

Λήψη απόφασης επί της προηγούμενης γνωστοποίησης, σύμφωνα με το άρθρο 4β του ν. 703/77, της εξαγοράς από την εταιρεία ΚΑΡΦΟΥΡ ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΓΕΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ, ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΕΩΣ ΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΑΣΚΗΣΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ του συνόλου των μετοχών της εταιρείας ΣΟΥΠΕΡ ΜΑΡΚΕΤ ΞΥΝΟΣ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ.

Η ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ ΣΕ ΟΛΟΜΕΛΕΙΑ

Συνεδρίασε στην Αίθουσα Συνεδριάσεων του 1ου ορόφου του κτηρίου των γραφείων της, επί της οδού Κότσικα 1Α, Αθήνα, την 30η Σεπτεμβρίου 2004, ημέρα Πέμπτη και ώρα 10:30, με την εξής σύνθεση:

Πρόεδρος: Σπυρίδων Ζησιμόπουλος
Μέλη: Νικόλαος Γεράσιμος,
Θεόδωρος Δεληγιαννάκης,
Παναγιώτης Ματζουράνης,
Κωνσταντίνος Ηλιόπουλος
Λεωνίδας Νικολούζος,
Ιωάννης Κατσουλάκος,
Γεώργιος Τριανταφυλλάκης και
Χαρίσιος Ταγαράς

Γραμματέας: Ηλιάνα Κούτρα, λόγω κωλύματος της τακτικής Γραμματέως Αλεξάνδρας-Μαρίας Ταραμπίκου

Θέμα της συνεδρίασης ήταν η λήψη απόφασης επί της προηγούμενης γνωστοποίησης, σύμφωνα με το άρθρο 4β του ν. 703/77, της εξαγοράς από την εταιρεία ΚΑΡΦΟΥΡ ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΓΕΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ, ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΕΩΣ ΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΑΣΚΗΣΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ του συνόλου των μετοχών της εταιρείας ΣΟΥΠΕΡ ΜΑΡΚΕΤ ΞΥΝΟΣ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ.

[1] Από την παρούσα απόφαση έχουν παραλειφθεί, σύμφωνα με το άρθρο 26 παρ.7 του Κανονισμού Λειτουργίας και Διαχείρισης της Επιτροπής Ανταγωνισμού (ΦΕΚ 1890/Β'/29.12.2006), τα στοιχεία εκείνα, τα οποία κρίθηκε ότι αποτελούν επιχειρηματικό απόρρητο. Στη θέση των στοιχείων που έχουν παραλειφθεί υπάρχει η ένδειξη [...]. Όπου ήταν δυνατό τα στοιχεία που παραλείφθηκαν αντικαταστάθηκαν με ενδεικτικά ποσά και αριθμούς ή με γενικές περιγραφές (εντός [...]).

Στη συζήτηση παρίστατο η εταιρεία ΣΟΥΠΕΡ ΜΑΡΚΕΤ ΞΥΝΟΣ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ δια της πληρεξούσιας δικηγόρου της: Ελένης Μπάϊλα και η εταιρεία, ΚΑΡΦΟΥΡ ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΓΕΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ, ΕΚΜΕΤΑΛΕΥΣΕΩΣ ΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΑΣΚΗΣΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ δια των πληρεξουσίων δικηγόρων της Λουκά Ρούφου - Κανακάρη, Άννας Θεοδώρου - Νάκου και Λίνας Μουντάνου

Στην αρχή της συζήτησης, το λόγο έλαβε η Γενική Εισηγήτρια Σοφία Καμπερίδου, η οποία ανέπτυξε συνοπτικά τη γραπτή εισήγηση της Γραμματείας (αριθ. πρωτ. 3524/9.7.2004) και πρότεινε για τους λόγους που αναφέρονται αναλυτικά στην εισήγηση:

α) την μη απαγόρευση της από 9.7.2004 γνωστοποιηθείσας απόκτησης από την εταιρεία ΚΑΡΦΟΥΡ ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε. του αποκλειστικού ελέγχου της εταιρείας ΞΥΝΟΣ Α.Ε., δεδομένου ότι δεν αναμένεται να περιορίσει σημαντικά τον ανταγωνισμό στη σχετική αγορά την οποία αφορά και

β) σε περίπτωση που η Επιτροπή κρίνει ότι οι όροι που αναφέρονται στο άρθρο 8 της σύμβασης εξαγοράς μετοχών παρέχουν στην εξαγοράζουσα εταιρία δυνατότητα καθοριστικής επίδρασης στη δραστηριότητα της εξαγοραζόμενης εταιρίας και ως εκ τούτου πρόωρη απόκτηση ελέγχου αυτής από κοινού με τους πωλητές:

- Την επιβολή προστίμου ύψους 30.000 Ευρώ στους πωλητές της εξαγοραζόμενης εταιρίας ΞΥΝΟΣ Α.Ε. για την πρόωρη πραγματοποίηση της συγκέντρωσης κατά παράβαση του άρθρου 4ε παρ. 1 του ν. 703/77, όπως ισχύει και
- Την επιβολή προστίμου ύψους 100.000 Ευρώ στην αγοράστρια εταιρία ΚΑΡΦΟΥΡ ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε. για την πρόωρη πραγματοποίηση της συγκέντρωσης κατά παράβαση του άρθρου 4ε παρ. 1 του ν. 703/77 όπως ισχύει.

Κατόπιν το λόγο έλαβαν οι πληρεξούσιοι δικηγόροι της εταιρείας, οι οποίοι τοποθετήθηκαν επί της με αριθ. πρωτ. 3524/9-7-2004 εισηγήσεως της Γραμματείας, ανέπτυξαν τις απόψεις τους και απάντησαν σε ερωτήσεις που τους υπέβαλαν ο Πρόεδρος και τα μέλη της Επιτροπής.

Μετά την ολοκλήρωση της ακροαματικής διαδικασίας, οι πληρεξούσιοι δικηγόροι ζήτησαν και η Επιτροπή χο-

ρήγησε προθεσμία μέχρι την 1η Οκτωβρίου 2004, ημέρα Παρασκευή, προκειμένου να υποβάλουν συμπληρωματικό υπόμνημα.

Η Επιτροπή Ανταγωνισμού συνήλθε σε διάσκεψη στη συνεδρίαση της 4ης Οκτωβρίου 2004 (ημέρα Δευτέρα και ώρα 15:00) στην ως άνω αίθουσα συνεδριάσεων του 1ου ορόφου του κτιρίου των γραφείων της και αφού έλαβε υπόψη της όλα τα στοιχεία του φακέλου της κρινόμενης υπόθεσης, την Εισήγηση της Γραμματείας καθώς και τις απόψεις που διετύπωσε το ενδιαφερόμενο μέρος τόσο προφορικώς κατά τη συζήτηση τη υπόθεσης, όσο και εγγράφως στο υπόμνημά του,

ΣΚΕΦΘΗΚΕ ΩΣ ΕΞΗΣ:

Ι. Στις 9.7.2004 (ημ. α.π. 3524) αφενός η εταιρεία ΚΑΡΦΟΥΡ ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΓΕΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ, ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΕΩΣ ΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΑΣΚΗΣΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ (εφεξής «ΚΑΡΦΟΥΡ ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε.» ή «η αγοράστρια») και αφετέρου η εταιρεία ΣΟΥΠΕΡ ΜΑΡΚΕΤ ΞΥΝΟΣ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ (εφεξής «ΞΥΝΟΣ Α.Ε.» ή «η εξαγοραζόμενη»), γνωστοποίησαν στην Γραμματεία την απόκτηση του συνολικού μετοχικού κεφαλαίου της δεύτερης από την πρώτη.

Σύμφωνα με την σύμβαση που υπεγράφη στις 2.7.2004 μεταξύ της ΚΑΡΦΟΥΡ ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε. και των φυσικών προσώπων [...], [...],[...] καθώς και της εταιρείας ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ ΞΥΝΟΣ-ΔΕΣΠΟΙΝΑ ΞΥΝΟΥ Ο.Ε. (εφεξής «οι πωλητές») από κοινού και ξεχωριστά, η αγοράστρια θα αποκτήσει τις [...] μετοχές (δηλαδή το 100%) της εταιρείας ΞΥΝΟΣ Α.Ε.

Επίσης, στην εν λόγω σύμβαση αναφέρονται τα ακόλουθα:

Βάσει του άρθρου 12 τα καταστήματα (μίνι μάρκετ) που λειτουργούν με το σήμα ΟΚ δεν συμπεριλαμβάνονται στην υπό κρίση συγκέντρωση δεδομένου ότι τα καταστήματα αυτά δεν είναι υπό την εκμετάλλευση της υπό εξαγορά εταιρείας, αλλά άλλων ομόρρυθμων εταιρειών, στο κεφάλαιο των οποίων μετέχουν [...] και [...]. Πιο συγκεκριμένα στο άρθρο 12 αναφέρονται τα ακόλουθα: «[...]».

Οι γνωστοποιούσες εταιρείες σημειώνουν, όσον αφορά στα καταστήματα ΟΚ, τα εξής: «[...]».

Σύμφωνα με το άρθρο 5.1 της Σύμβασης, η μεταβίβαση των μετοχών τελεί υπό την αναβλητική αίρεση της έγκρισης της γνωστοποιούμενης συγκέντρωσης από την Επιτροπή Ανταγωνισμού. Επιπροσθέτως της προαναφερθείσας αίρεσης, η ολοκλήρωση της εν λόγω συγκέντρωσης εξαρτάται από την τήρηση από την εξαγοραζόμενη εταιρεία, ορισμένων άλλων όρων που απαριθμούνται στο άρθρο 5.2 της Σύμβασης [...].

Τέλος, στο άρθρο 8 με τον τίτλο «[...]» της Σύμβασης, αναφέρονται οι δεσμεύσεις και υποχρεώσεις που αναλαμβάνουν οι πωλητές από την ημερομηνία υπογραφής και μέχρι την ημερομηνία τελικής υπογραφής της Σύμβασης πώλησης μετοχών («[...]»).

ΙΙ. ΤΑ ΕΜΠΛΕΚΟΜΕΝΑ ΜΕΡΗ

1. ΚΑΡΦΟΥΡ ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε.

Η αγοράστρια εταιρεία ΚΑΡΦΟΥΡ ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε., η οποία είχε συσταθεί τον Μάρτιο 2002 με την επωνυμία ΚΑΡΦΟΥΡ ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ ΠΟΛΥΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ, απορρόφησε το Δεκέμβριο του 2002 δια συγχωνεύσεως -[...]- την εταιρεία ΚΑΡΦΟΥΡ ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΓΕΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ, ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΕΩΣ ΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΑΣΚΗΣΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ. Η απορροφηθείσα εταιρεία είχε το Δεκέμβριο του 2000 απορροφήσει δια συγχωνεύσεως τις εταιρείες α) ΝΙΚΗ ΑΒΕΤΕ, β) ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΓΕΝΙΚΩΝ ΠΩΛΗΣΕΩΝ & ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΕΩΣ ΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΚΕΝΤΡΩΝ ΑΕ, γ) ΥΠΕΡΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ ΑΒΕΤΕ, δ) ΚΕΑΠ ΑΕ, ε) ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ ΒΟΡΕΙΟΥ ΕΛΛΑΔΟΣ ΑΒΕΤΤΕ και στ) ΕΤΑΒΙΚ ΑΕ, ως συνέπεια της συγχώνευσης των πολυεθνικών ομίλων CARREFOUR και PROMODES καθώς και της συμφωνίας μεταξύ του ομίλου CARREFOUR και της οικογένειας Μαρινόπουλου. Η ΚΑΡΦΟΥΡ ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε. δραστηριοποιείται στην ίδρυση, οργάνωση και εκμετάλλευση υπεραγορών (με το σήμα CARREFOUR), σούπερ μάρκετ (με το σήμα CHAMPION) και καταστημάτων «γειτονιάς» (με το σήμα 5' ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ). Από το 2003 η εν λόγω εταιρεία αναπτύσσεται και μέσω του συστήματος της δικαιόχρησης (franchise) για το οποίο χρησιμοποιεί το σήμα 5' ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ και SMILE. Ο όμιλος ΚΑΡΦΟΥΡ έχει 177 καταστήματα σε όλη την ελληνική επικράτεια, τα οποία κατανέμονται ως ακολούθως:

Ν. Αττικής (73), Ν. Θες/νίκης (20), Ν. Χανίων (7), Ν. Δωδεκανήσου και Ν. Σερρών (5), Ν. Πέλλας (4), Ν. Έβρου, Κέρκυρας, Κοζάνης, Ρεθύμνου και Φθιώτιδος (3) και στους υπόλοιπους νομούς από 1 ή 2 καταστήματα.

Η σημερινή μετοχική σύνθεση της εταιρείας ΚΑΡΦΟΥΡ ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε. έχει ως ακολούθως:

1. [...]

Σύμφωνα με δήλωση (α.π. 4311/30.8.2004) της εταιρείας, το μετοχικό της κεφάλαιο ανήκει κατά 50% στο γαλλικό όμιλο CARREFOUR και κατά [...]% στην ελληνική εταιρεία ΑΦΟΙ ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΙ Α.Ε. Επιπροσθέτως, η εν λόγω εταιρεία αναφέρει ότι διοικείται από συμβούλιο [...] ([...]) μελών, από τα οποία [...] ([...]) διορίζονται από την CARREFOUR και [...] ([...]) από την ΑΦΟΙ ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΙ Α.Ε, δυνάμει συμφωνίας που είχε συναφθεί μεταξύ της CARREFOUR και της οικογένειας ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ, πριν από τη σύσταση της εταιρείας. Η εταιρεία, κατά δήλωσή της, διοικείται και ελέγχεται από κοινού από το γαλλικό όμιλο CARREFOUR και την ελληνική εταιρεία ΑΦΟΙ ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΙ Α.Ε.

Σύμφωνα με το από τις 30.7.2004 πρακτικό συνεδρίασης του δ.σ. της εταιρείας ΚΑΡΦΟΥΡ ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε., η σύνθεση του έχει ως ακολούθως:

[...].

Η γαλλική εταιρεία CARREFOUR S.A. είναι η μητρική εταιρεία του διεθνούς ομίλου CARREFOUR, ο οποίος έχει περισσότερες από 100 θυγατρικές ή συμμετοχές σε εταιρείες σε διάφορες χώρες στην Ευρώπη, Ασία και Αμερική.

Η CARREFOUR S.A. είναι εισηγμένη στην Κύρια Αγορά του χρηματιστηρίου του Παρισιού και η μετοχική της σύνθεση το έτος 2003, είχε ως ακολούθως:

[...]

Σύμφωνα με την άποψη των γνωστοποιουσών μερών, αν και στην κλαδική μελέτη της ICAP συμπεριλαμβάνεται η εταιρεία DIA HELLAS ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΓΕΝΙ-

ΚΩΝ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΚΑΙ ΙΔΡΥΣΗΣ ΚΑΙ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ (εφεξής DIA HELLAS) στον όμιλο ΚΑΡΦΟΥΡ ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ, θεωρούν ότι η εν λόγω επιχείρηση δεν είναι συμμετέχουσα επιχείρηση υπό την έννοια του άρθρου 4στ παρ. 5 του ν. 703/77, όπως ισχύει και ειδικότερα του στοιχείου δ της διάταξης αυτής, επειδή τα «δικαιώματα επιρροής» της εξαγοράζουσας εταιρείας επί της DIA HELLAS δεν είναι ούτε «έμμεσα» όπως απαιτεί η ανωτέρω διάταξη, δεδομένου ότι η DIA HELLAS ελέγχεται έμμεσα από τη μέτοχο της εξαγοράζουσας τη γαλλική εταιρεία CARREFOUR S.A. η οποία κατέχει το 100% του μ.κ. της μητρικής της εταιρείας της ισπανικής DIASA. Οι γνωστοποιούσες εταιρείες δηλώνουν επίσης, ότι η εταιρεία DIA HELLAS τελεί σε πλήρη οργανωτική, διοικητική και επιχειρηματική αυτοτέλεια σε σχέση με την εξαγοράζουσα εταιρεία ΚΑΡΦΟΥΡ ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ.

Η εταιρεία DIA HELLAS δραστηριοποιείται στην ίδρυση, οργάνωση και εκμετάλλευση αλυσίδας «εκπτωτικών» καταστημάτων (discount) με το σήμα "DIA%". Μέχρι τις 6.7.2004 τα καταστήματά της ανέρχονταν συνολικά σε 292 ([...]). Η μετοχική σύνθεση της DIA HELLAS έχει ως ακολούθως:

DIASA-DISTRIBUIDORA INTERNATIONAL DE ALIMENTACION [...] μετοχές [...]%, ΑΦΟΙ ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΙ ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ & ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ Α.Ε. [...] μετοχές [...]%.

Ο κύκλος εργασιών της ΚΑΡΦΟΥΡ ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε. ανήλθε σε 1.351.304.872,42 Ευρώ, για το έτος 2003, από τα οποία τα [...] Ευρώ αφορούν σε πωλήσεις που πραγματοποιήθηκαν στην εθνική αγορά ενώ τα [...] Ευρώ αφορούν σε πωλήσεις που πραγματοποιήθηκαν στο εξωτερικό. Η ΚΑΡΦΟΥΡ ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε. δε συντάσσει ισολογισμό σε ενοποιημένη μορφή (α.π. 4086/6.8.2004).

Ο κύκλος εργασιών της DIA HELLAS για το 2003, ανήλθε στο ποσό των 268.963.966,17 Ευρώ.

2. ΞΥΝΟΣ Α.Ε.

Η εταιρεία ΞΥΝΟΣ Α.Ε. ιδρύθηκε τον Ιούλιο του 1988 από τους αδελφούς Ιωάννη και Παναγιώτη Ξυνό. Δραστηριοποιείται αποκλειστικά στην εκμετάλλευση σούπερ μάρκετ (με το σήμα ΞΥΝΟΣ ΕΞΥΠΝΕΣ ΑΓΟΡΕΣ). Μέχρι τις 30.6.2004 τα καταστήματα της εν λόγω εταιρείας ανέρχονταν συνολικά σε 26 και συγκεκριμένα τα 20 είναι στο Ν. Αττικής, 3 στο Ν. Άρτας, 2 στο Ν. Θεσπρωτίας και 1 στο Ν. Πρέβεζας.

Η μετοχική σύνθεση της ΞΥΝΟΣ Α.Ε. έχει ως ακολούθως:

[...].

Η ΞΥΝΟΣ Α.Ε. δεν έχει θυγατρικές ή συνδεδεμένες επιχειρήσεις, συμμετέχει όμως με ποσοστό [...]% στο εταιρικό κεφάλαιο του ομίλου κοινών αγορών ΚΥΨΕΛΗ Α.Ε.

Με τη δημιουργία αυτών των ομίλων κοινών αγορών όπως η προαναφερθείσα ΚΥΨΕΛΗ Α.Ε., οι εταιρείες εκμετάλλευσης σούπερ μάρκετ βελτιώνουν την διαπραγματευτική τους ικανότητα με τους προμηθευτές και επίσης επιτυγχάνουν ευνοϊκότερων τιμών και όρων πληρωμής. Επίσης, οι όμιλοι προσφέρουν και άλλες υπηρεσίες προς τα μέλη τους όπως είναι η συμβουλευτική σε θέματα οργάνωσης και ανακαίνισης καταστημάτων, εισαγωγών προϊόντων, ανάπτυξης στρατηγικών marketing, έκδοσης διαφημιστικών εντύπων, κ.λ.π. Σε γενικές γραμμές οι όμιλοι θέτουν κάποιες προϋποθέσεις για την ένταξη νέων μελών, όπως ελάχιστο επίπεδο κύκλου εργασιών, εμβαδόν καταστήματος και ελάχιστη απόσταση με κατάστημα άλλου μέλους του ίδιου συνεταιρισμού. Ειδικότερα, η ΚΥΨΕΛΗ Α.Ε. ιδρύθηκε το 2000, με έδρα στον Άλιμο Αττικής. Έχει εννέα (9) μέλη και 265 καταστήματα. Εκτός από την ΚΥΨΕΛΗ Α.Ε. υπάρχουν και άλλοι όμιλοι κοινών αγορών όπως π.χ. η ΑΣΠΙΔΑ, ο Αστέρας Α.Ε. ο ΕΛ.ΟΜ.Α.Σ. ΕΠΕ, κ.λ.π. (κλαδική μελέτη ICAP για τα σούπερ μάρκετ-έκδοση Δεκέμβριος 2003).

Σύμφωνα με το από τις [...] ιδιωτικό συμφωνητικό μεταξύ των μετόχων της ΚΥΨΕΛΗ Α.Ε, [...]. Επομένως, μετά την ολοκλήρωση της εν λόγω συγκέντρωσης και εφόσον εγκριθεί από την Επιτροπή Σας, [...].

Η σύνθεση του Δ.Σ. της εταιρείας ΞΥΝΟΣ Α.Ε., σύμφωνα με το από τις 5.7.2004 πρακτικό συνεδρίασής του, έχει ως ακολούθως:

[...].

Από τους παραπάνω ο [...] είναι μέλος του Δ.Σ. της προαναφερθείσας εταιρείας ΚΥΨΕΛΗ Α.Ε. από την ίδρυσή της, από την οποία όμως θα παραιτηθεί εάν δοθεί η έγκριση της Επιτροπής Ανταγωνισμού και ολοκληρωθεί η υπό κρίση συγκέντρωση. Επίσης, ο [...] συμμετέχει με ποσοστό 95% στο κεφάλαιο των εταιρειών ΣΤΕΦΑΝΙΑ ΘΕΙΑΚΟΓΙΑΝΝΗ & ΣΙΑ Ο.Ε. και ΒΑΣΙΛΑΚΗΣ-ΑΡΙΣΤΕΙΔΗΣ ΕΜΜΑΝΟΥΗΛ & ΣΙΑ Ο.Ε., οι οποίες εκμεταλλεύονται η κάθε μία από ένα κατάστημα ΟΚ, στο Παγκράτι. Η ομόρρυθμη εταιρεία ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ ΞΥΝΟΣ-ΔΕΣΠΟΙΝΑ ΞΥΝΟΥ Ο.Ε. συμμετέχει με ποσοστό [...]% στο κεφάλαιο των εταιρειών ΡΑΝΤΟΥ ΘΕΟΔΩΡΑ & ΣΙΑ Ο.Ε. και ΕΜΜΑΝΟΥΗΛ ΒΑΣΙΛΑΚΗΣ & ΣΙΑ Ο.Ε. οι οποίες εκμεταλλεύονται η κάθε μία από ένα κατάστημα ΟΚ, στο Βύρωνα Αττικής.

Ο κύκλος εργασιών της ΞΥΝΟΣ Α.Ε. στην εθνική αγορά, για το έτος 2003, ανήλθε στο ποσό των 66.155.762,55 ευρώ.

III. ΣΧΕΤΙΚΕΣ και ΕΠΗΡΕΑΖΟΜΕΝΕΣ ΑΓΟΡΕΣ

1. Σχετική αγορά προϊόντων

Η σχετική αγορά προϊόντων περιλαμβάνει το σύνολο των προϊόντων που θεωρούνται από τον καταναλωτή εναλλάξιμα ή δυνάμενα να υποκατασταθούν μεταξύ τους λόγω των χαρακτηριστικών τους, της τιμής τους και της σκοπούμενης χρήσης τους.

Τόσο η εξαγοραζόμενη εταιρεία ΞΥΝΟΣ Α.Ε. όσο και η εξαγοράζουσα εταιρεία ΚΑΡΦΟΥΡ ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε. δραστηριοποιούνται στην αγορά της λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ.

Συνεπώς, στην υπό κρίση υπόθεση, ως σχετική αγορά προϊόντων θεωρείται αυτή της λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ (εμπορία τροφίμων, ειδών ατομικής χρήσης, οικιακής χρήσης και γενικά καταναλωτικών αγαθών) (βλ. σχετικές αποφάσεις Ε.Α. 17/1995, 106/ΙΙ/1999, 176/ΙΙΙ/2001, 194/ΙΙΙ/2001, 204/ΙΙΙ/2001).

Με βάση τις προαναφερθείσες αποφάσεις, η αγορά της λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ διακρίνεται περαιτέρω ως ακολούθως:

α) Στις αλυσίδες καταστημάτων (σούπερ μάρκετ και υπερμάρκετ), των οποίων κύρια χαρακτηριστικά είναι ότι απευθύνονται στον τελικό καταναλωτή για μαζικές αγορές κυρίως τροφίμων, διαθέτουν μεγάλες επιφάνειες (συνήθως από 200 τ.μ.-2.500 τ.μ. τα σούπερ μάρκετ

και από 2.500 τ.μ. και άνω τα υπερμάρκετ) οι πελάτες τους αυτοεξυπηρετούνται, ο εφοδιασμός τους γίνεται μέσω κεντρικών αποθηκών, διαθέτουν μεγάλη ποικιλία προϊόντων (8.000-10.000 κωδικούς) καθώς και προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας (private label) και τέλος οι τιμές λιανικής πώλησης των προϊόντων είναι γενικά χαμηλές σε σχέση με τα παραδοσιακά παντοπωλεία.

β) Στα "εκπτωτικά καταστήματα" (discount stores και hard discount stores), με κύρια χαρακτηριστικά τις ιδιαίτερα χαμηλές τιμές, την σχετικά μικρή ποικιλία προϊόντων (με έμφαση στα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας), το μικρό μέσο εμβαδόν ανά κατάστημα, το μεγάλο αριθμό και την αντίστοιχη διασπορά καταστημάτων, καθώς και τα χαμηλά λειτουργικά έξοδα και

γ) Στα παραδοσιακά παντοπωλεία, τα οποία παρέχουν μερικά σημαντικά πλεονεκτήματα όπως προσωπική εξυπηρέτηση, ευκολία πρόσβασης, εκτεταμένο ωράριο κ.λ.π. και θα μπορούσαν να θεωρηθούν εν μέρει ανταγωνιστές των σούπερ μάρκετ στο βαθμό που αποτελούν για τον μέσο καταναλωτή μία λογική εναλλακτική δυνατότητα για την κάλυψη των αναγκών του σε είδη διατροφής.

Ο βαθμός υποκατάστασης των υπηρεσιών που παρέχουν οι παραπάνω κατηγορίες καταστημάτων διαφοροποιείται κατά περίπτωση και εξαρτάται από την περιοχή αναφοράς (αστικές, ημιαστικές, αγροτικές περιοχές), διότι οι διαφορετικές ανάγκες των κατοίκων διαφορετικών περιοχών οδηγούν και σε διαφοροποίηση του τρόπου ζωής και των συνηθειών τους ως καταναλωτές.

2. Σχετική γεωγραφική αγορά προϊόντων

Η σχετική γεωγραφική αγορά περιλαμβάνει την περιοχή στην οποία οι ενδιαφερόμενες επιχειρήσεις πωλούν τα σχετικά προϊόντα ή παρέχουν τις σχετικές υπηρεσίες, υπό επαρκώς ομοιογενείς συνθήκες ανταγωνισμού.

Στην υπό κρίση υπόθεση ως σχετική γεωγραφική αγορά θεωρείται για τη λιανική πώληση:

α) ο κάθε νομός της χώρας στον οποίο δραστηριοποιείται η εξαγοραζόμενη εταιρεία μέσω του δικτύου καταστημάτων της δηλ. οι νομοί Αττικής, Άρτας, Θεσπρωτίας και Πρέβεζας, αν ληφθεί ως κριτήριο το αποτέλεσμα στον ανταγωνισμό για τον τελικό καταναλωτή,

β) όλη η Ελληνική Επικράτεια, αν ληφθεί ως κριτήριο το αποτέλεσμα στον ανταγωνισμό για τους προμηθευτές των αλυσίδων (βιομηχανίες, βιοτεχνίες, εισαγωγείς) καθόσον η ενίσχυση του δικτύου μιας αλυσίδας αυξάνει τον όγκο των αγορών που γίνονται συνολικά και κατά συνέπεια τη διαπραγματευτική της δύναμη, την επιβολή όρων και ενδεχόμενα τη δημιουργία σχέσεων οικονομικής εξάρτησης των προμηθευτών της (βλ. σχετικές αποφάσεις ΕΑ (17/1995, 106/ΙΙ/1999, 176/ΙΙΙ/2001, 194/ΙΙΙ/2001, 204/ΙΙΙ/2001).

IV. ΔΟΜΗ ΑΓΟΡΩΝ - ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΕΣ ΣΥΝΘΗΚΕΣ - ΜΕΡΙΔΙΑ ΑΓΟΡΑΣ

1. Οι επιχειρήσεις εκμετάλλευσης καταστημάτων σούπερ μάρκετ άρχισαν να εξαπλώνονται στην Ελλάδα το 1970, περιορίζοντας σταδιακά τα παραδοσιακά παντοπωλεία.

Ο εν λόγω κλάδος, τα τελευταία χρόνια, παρουσιάζει τα παρακάτω χαρακτηριστικά:

- Τάση επέκτασης των αλυσίδων σούπερ μάρκετ μέσω εξαγορών, απορροφήσεων καθώς και δημιουργίας νέων καταστημάτων, ενώ σημαντική είναι η περαιτέρω επέκταση των υφιστάμενων δικτύων στις αγορές της επαρχίας.

- Διείσδυση ξένων πολυεθνικών επιχειρήσεων (μέσω εξαγορών, συνεργασιών ή και αυτόνομης εισόδου και ανάπτυξης εργασιών), με προοπτική μάλιστα ενίσχυσής της, αφού η Ελληνική αγορά είναι μεν μικρού μεγέθους και δυναμικής, παρέχει όμως μία βάση και ένα συγκριτικό πλεονέκτημα για την είσοδο των επιχειρήσεων του κλάδου στις αναπτυσσόμενες αγορές των γειτονικών βαλκανικών χωρών.

- Σταδιακή μείωση του αριθμού των μικρότερων επιχειρήσεων, καθώς πολλές από αυτές συσπειρώνονται δημιουργώντας νέους ομίλους, εξαγοράζονται ή παύουν τις δραστηριότητές τους.

- Μείωση των παραδοσιακών παντοπωλείων, ακόμη και στις ημιαστικές και αγροτικές περιοχές.

- Εφαρμογή στον κλάδο νέων τεχνολογιών με σημαντικά για τη δομή του αποτελέσματα (π.χ. μηχανοργάνωση της διαχείρισης των εμπορευμάτων σε επίπεδο καταστημάτων και αποθηκών, εφαρμογή ειδικού λογισμικού για την τιμολόγηση των εμπορευμάτων, εφαρμογή ηλεκτρονικής ανταλλαγής δεδομένων για τον ανεφοδιασμό προϊόντων, χρήση του συστήματος γραμμικού κώδικα στις ταμειακές μηχανές πώλησης, ηλεκτρονικό εμπόριο, αυτόματες πωλήσεις, κ.λ.π.), καθώς σχεδιασμό και υιοθέτηση νέων μεθόδων προσέγγισης και εξυπηρέτησης του πελάτη, όπως η παράδοση κατ΄οίκον παραγγελιών που γίνονται μέσω του διαδικτύου, κ.λ.π.

- Σημαντικές επενδύσεις στην οργάνωση των επιχειρήσεων και στην παροχή περισσοτέρων και πιο εξειδικευμένων υπηρεσιών με ανάπτυξη νέων οργανωμένων τμημάτων στα καταστήματα (π.χ. τμήματα ηλεκτρικών και ηλεκτρονικών ειδών, τμήματα ρουχισμού, εξειδικευμένα τμήματα τροφίμων με μεγαλύτερη ποικιλία και έμφαση στην ποιότητα (delicatessen), τμήματα καφέ και έτοιμου φαγητού, σταθμοί ανεφοδιασμού καυσίμων).

- Δημιουργία υπεραγορών και εμπορικών κέντρων με μεγάλες επιφάνειες πωλήσεων και χώρους στάθμευσης αυτοκινήτων.

- Τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας παρουσιάζουν περιθώρια περαιτέρω ανάπτυξης καθώς οι τιμές τους είναι χαμηλότερες έναντι ανταγωνιστικών προϊόντων με αποτέλεσμα να προσελκύουν τους καταναλωτές. Άλλοι παράγοντες οι οποίοι ευνοούν την προαναφερθείσα ανάπτυξη είναι: α) η διείσδυση ξένων λιανέμπορων στην Ελλάδα, δεδομένου ότι οι επιχειρήσεις αυτές επηρεάζουν θετικά την εξέλιξη των προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας καθώς διαθέτουν πολυετή πείρα στο συγκεκριμένο αντικείμενο, ενώ επεκτείνουν τη γκάμα των προσφερόμενων προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας και σε άλλες κατηγορίες όπως ηλεκτρικές και ηλεκτρονικές συσκευές, φωτογραφικά είδη, κ.λ.π. και β) η αλλαγή στην καταναλωτική συμπεριφορά του Έλληνα, διότι οι καταναλωτές είναι περισσότερο ενημερωμένοι για τα προϊόντα που κυκλοφορούν στην αγορά και κατά συνέπεια έχουν εξοικειωθεί με τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας. Τα εν λόγω είδη προτιμώνται διότι κατά το μεγαλύτερο μέρος θεωρούνται ποιοτικά εφάμιλλα με αντίστοιχα «επώνυμα» προϊόντα και προσφέρονται σε χαμηλότερες τιμές.

Δίκτυα διανομής

Όσον αφορά στη σημασία του δικτύου διανομής κυμαίνεται ανάλογα με τη γεωγραφική διασπορά και εξάπλωση των σημείων πώλησης κάθε αλυσίδας. Οι τοπικές δηλαδή αλυσίδες και τα μεμονωμένα σούπερ μάρκετ έχουν μειωμένες ανάγκες για οργανωμένο δίκτυο διανομής σε σχέση με τις αλυσίδες που καλύπτουν μεγάλο μέρος της ελληνικής επικράτειας.

Ειδικότερα για τις γνωστοποιούσες εταιρείες παρατηρούνται τα ακόλουθα:

Η ΚΑΡΦΟΥΡ ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε. διαθέτει δίκτυο διανομής των προϊόντων στα διάφορα σημεία πώλησης και διοικητικές υπηρεσίες λογιστικής υποστήριξης. Η διανομή των προϊόντων είτε από τις παραγωγικές μονάδες είτε από τις διάφορες αποθήκες εμπορευμάτων πραγματοποιείται κατά ένα μέρος με ιδιόκτητα φορτηγά και κατά ένα μέρος με φορτηγά που εκμισθώνονται από άλλες επιχειρήσεις. Η ΞΥΝΟΣ Α.Ε. έχει αναπτύξει ένα δίκτυο διανομής για τη μεταφορά των προϊόντων της στα διάφορα σημεία πώλησης και υπηρεσίες διαχείρισης της λογιστικής υποστήριξης. Ειδικότερα, η διανομή των προϊόντων της, είτε από τα σημεία παραγωγής, είτε από τις διάφορες αποθήκες, γίνεται από ιδιόκτητα φορτηγά και εν μέρει από φορτηγά μισθωμένα από άλλες επιχειρήσεις.

Είσοδος νέων επιχειρήσεων

Ο κλάδος των σούπερ μάρκετ εμφανίζεται αρκετά δυναμικός τα τελευταία χρόνια με την είσοδο νέων αλυσίδων (ελληνικών και κυρίως ξένων) και την έντονη επενδυτική δραστηριότητα των υφιστάμενων αλυσίδων τόσο για την ίδρυση νέων καταστημάτων όσο και για την ανανέωση των παλαιοτέρων. Η μεγαλύτερη ανάπτυξη σημειώθηκε στην επί μέρους αγορά του discount καθώς και σε αυτή του cash and carry.

Η σημαντικότερη είσοδος νέας επιχείρησης την τελευταία πενταετία πραγματοποιήθηκε τον Ιούνιο του 1999 από την εταιρεία LIDL ΕΛΛΑΣ & ΣΙΑ Ο.Ε., του γερμανικού ομίλου Lidl & Schwarz, η οποία ειδικεύεται στα σούπερ μάρκετ discount. Σήμερα τα καταστήματα της αλυσίδας αυτής ανέρχονται σε περίπου 116 σε όλη την Ελληνική Επικράτεια, με μέσο ρυθμό ετήσιας ανάπτυξης 30 καταστήματα σε 4 χρόνια.

Η κινητικότητα της εν λόγω αγοράς αναμένεται να συνεχισθεί με νέες εισόδους ξένων αλυσίδων, συγχωνεύσεις και εξαγορές. Ήδη τον Ιανουάριο του 2004 εισήλθε στην αγορά αυτή ο γερμανικός όμιλος Tengelmann, του οποίου η αλυσίδα Plus (ιδρύθηκαν δύο εταιρείες στη Θεσσαλονίκη) δραστηριοποιείται στα καταστήματα discount με φιλοσοφία παρεμφερή με αυτή της Lidl ενώ παράγοντες του κλάδου εκτιμούν ότι και άλλος γερμανικός όμιλος, ο όμιλος ALDI, σχεδιάζει την είσοδό του στην Ελλάδα.

Σε διάφορα δημοσιεύματα έχει γίνει λόγος για πιθανή είσοδο στην αγορά του αμερικανικού κολοσσού WAL-MART, ο οποίος στην Ευρώπη δεν έχει ακόμη κατορθώσει να επεκτείνει τις επιχειρηματικές του δραστηριότητες πέραν της Μ. Βρετανίας και της Γερμανίας.

Επίσης, δεν υπάρχουν ιδιαίτεροι νομικοί περιορισμοί στην είσοδο νέων επιχειρήσεων στην εν λόγω αγορά, πέραν των συνηθισμένων αδειών του οικείου δήμου, των υγειονομικών και πυροσβεστικών αρχών και της πολεοδομίας, οι οποίες αφορούν τα συγκεκριμένα καταστήματα κάθε αλυσίδας ή επιχείρησης σούπερ μάρκετ.

Ειδικότερα, σύμφωνα με το ν. 2323/1995 για την ίδρυση και λειτουργία υπεραγορών απαιτείται ειδική έγκριση από το Νομαρχιακό Συμβούλιο της οικείας Νομαρχιακής Αυτοδιοίκησης για τις εξής κατηγορίες:

- Καταστήματα πάνω από 200 τ.μ. στο μεγαλύτερο μέρος των μικρών νησιών
- Καταστήματα πάνω από 600 τ.μ. στα μεγάλα νησιά του Αιγαίου και του Ιονίου πελάγους
- Καταστήματα πάνω από 1.000 τ.μ. σε πόλεις με πληθυσμό κάτω των 30.000 κατοίκων
- Καταστήματα άνω των 2.000 τ.μ. για πόλεις με πληθυσμό από 30.000-100.000 κατοίκους

Στους νομούς Αττικής και Θεσσαλονίκης δεν ισχύει η παραπάνω ειδική έγκριση.

2. Ανταγωνισμός

Τα κύρια σημεία στα οποία εστιάζεται ο ανταγωνισμός μεταξύ των επιχειρήσεων σούπερ μάρκετ είναι τα εξής:

1. διαμόρφωση των τιμών των προϊόντων
2. βελτίωση της εικόνας των καταστημάτων
3. υπηρεσίες προς τους πελάτες (παραγγελίες μέσω τηλεφώνου, διανομή κατ' οίκον)
4. επενδύσεις σε νέες τεχνολογίες (e-commerce, EDI, κ.λ.π.)
5. επέκταση του δικτύου και διαφοροποίηση των σημείων πώλησης (υπεραγορές, discount, cash & carry, convenience stores, κ.λ.π.)

Η τιμολογιακή πολιτική διαφέρει ανά κατηγορία σούπερ μάρκετ. Για παράδειγμα, οι αλυσίδες σούπερ μάρκετ οι οποίες διαθέτουν καταστήματα σε όλη την επικράτεια ακολουθούν ενιαίες τιμές πώλησης σε όλο το δίκτυο των καταστημάτων τους, γεγονός που δεν τους επιτρέπει ιδιαίτερη ευελιξία στη διαμόρφωση των τιμών τους σε τοπικό επίπεδο.

Για τις μικρότερες επιχειρήσεις του κλάδου και ιδιαίτερα για αυτές που λειτουργούν στην επαρχία, η πολιτική τιμών καθορίζεται και από άλλους παράγοντες, όπως:

- η περιοχή στην οποία είναι εγκατεστημένη η επιχείρηση
- ο βαθμός «κορεσμού» της περιοχής όσον αφορά στον αριθμό και στο μέγεθος των καταστημάτων λιανικής.

Για το διάστημα 2004-2005 αναμένεται μέση ετήσια αύξηση της ζήτησης γύρω στο 10% αν και εκφράζονται ανησυχίες για τις συνέπειες των ανατιμήσεων στις αρχές του 2004.

Μεταξύ άλλων παραγόντων που επηρεάζουν τη ζήτηση για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες του υπό εξέταση κλάδου, σύμφωνα και με τη μελέτη της ICAP, είναι και οι ακόλουθοι:

- η αύξηση της απασχόλησης και η μείωση του διαθέσιμου χρόνου των εργαζομένων (ανδρών, γυναικών) η οποία έχει ως συνέπεια τη συγκέντρωση των περισσότερων αγορών του νοικοκυριού σε ένα κατάστημα, στο οποίο λειτουργούν οργανωμένα τμήματα πώλησης, όπως κρεοπωλείο, αρτοπωλείο, οπωροπωλείο, τμήμα ετοίμων φαγητών, ένδυσης, ηλεκτρικών συσκευών, καλλυντικών, κ.α.
- η ταχύτητα εξυπηρέτησης σε συνδυασμό με την μεγάλη γκάμα των προσφερόμενων προϊόντων, τους ευχάριστους και καθαρούς χώρους και τις πολύ προ-

σιτές τιμές, αποτελεί άλλο ένα βασικό στοιχείο έλξης του καταναλωτικού κοινού προς τα καταστήματα του κλάδου

- η διαφήμιση επηρεάζει τη ζήτηση για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες του κλάδου.

3. Μερίδια συμμετεχουσών μερών

α) Εκτιμήσεις των συμμετεχουσών μερών

Με την από τις 6.8.2004 (α.π. 4086) επιστολή τους οι γνωστοποιούσες εταιρείες αναφέρουν ότι με βάση τα οικονομικά στοιχεία της ICAP και της ετήσιας έκδοσης ΠΑΝΟΡΑΜΑ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΣΟΥΠΕΡ ΜΑΡΚΕΤ 2003, τα οποία βασίζονται κυρίως σε δημοσιευμένους ισολογισμούς της χρήσης 2003, καθώς και σε στοιχεία 2002 με εκτίμηση του 2003, η αγορά στο σύνολο της επικράτειας εκτιμάται σε 10.110 εκ. ευρώ.

Στην Ελληνική επικράτεια, για το 2003, εκτιμούν ότι η ΚΑΡΦΟΥΡ ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε κατείχε μερίδιο της τάξης του [...]% επί του συνόλου των εταιρειών σούπερ μάρκετ και cash & carry, η ΞΥΝΟΣ Α.Ε. [...]% και η DIA HELLAS [...]%.

Τα ανωτέρω στοιχεία τόσο της ICAP όσο και της ετήσιας έκδοσης ΠΑΝΟΡΑΜΑ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΣΟΥΠΕΡ ΜΑΡΚΕΤ 2003 αφορούν: α) τις πωλήσεις των επιχειρήσεων των οποίων έχει δημοσιευθεί ο ισολογισμός χρήσεως 2003, β) τις κατ' εκτίμηση πωλήσεις των επιχειρήσεων των οποίων ο ισολογισμός χρήσεως 2003 δεν είχε ακόμα δημοσιευθεί και γ) στοιχεία που έχουν δοθεί για τα κέντρα αγορών (π.χ. Αστέρας, Κυψέλη, Ασπίδα, ΕΛΟΜΑΣ, κ.λ.π.) για τα μέλη τους. Ωστόσο δεν λαμβάνονται υπόψη οι πωλήσεις των μεμονωμένων καταστημάτων ή παντοπωλείων που λειτουργούν ως ατομικές επιχειρήσεις ή προσωπικές εταιρείες (ΟΕ, ΕΕ), δεδομένου ότι δεν υποχρεούνται από το νόμο σε δημοσίευση ισολογισμών.

Όσον αφορά στα μερίδια αγοράς, για το 2003, οι γνωστοποιούσες εταιρείες αναφέρουν ότι: Η ICAP καθώς και η ετήσια έκδοση ΠΑΝΟΡΑΜΑ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΣΟΥΠΕΡ ΜΑΡΚΕΤ δεν περιλαμβάνουν στοιχεία βάσει πωλήσεων ανά νομό ή περιφέρεια.. Συνεπώς προκειμένου να εκτιμηθεί το μερίδιο αγοράς τόσο των συμμετεχουσών επιχειρήσεων στους συγκεκριμένους νομούς όπου δραστηριοποιούνται αμφότερες όσο και των ανταγωνιστών τους έλαβαν υπόψη για μεν τις επιχειρήσεις τους τον κύκλο εργασιών τους, για δε τους ανταγωνιστές εκτιμήσεις σχετικά με τον μέσο όρο του τζίρου εκάστου ανά κατάστημα και ανά τετραγωνικά μέτρα, όπου η συγκέντρωση σχετικών πληροφοριών κατέστη εφικτή.

Συγκεκριμένα αναφέρουν ότι:

- στο νομό Αττικής επί συνολικού κύκλου εργασιών ύψους 4.141 εκ. ευρώ, η ΚΑΡΦΟΥΡ ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε. εκτιμάται ότι κατέχει μερίδιο αγοράς [...]%, η DIA HELLAS [...]% και η ΞΥΝΟΣ Α.Ε. [...]%.
- στο νομό Άρτας επί συνολικού κύκλου εργασιών ύψους 29.545 χιλ. ευρώ η ΚΑΡΦΟΥΡ ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε. εκτιμάται ότι κατέχει μερίδιο αγοράς [...]%, η DIA HELLAS [...]% και η ΞΥΝΟΣ Α.Ε. [...]%.
- στο νομό Πρέβεζας επί συνολικού κύκλου εργασιών ύψους 27.910 χιλ. ευρώ η ΞΥΝΟΣ Α.Ε. εκτιμάται ότι κατέχει μερίδιο αγοράς [...]% ενώ τόσο η ΚΑΡΦΟΥΡ ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε. όσο και η DIA HELLAS δε δραστηριοποιούνταν στο νομό εντός του έτους 2003.
- στο νομό Θεσπρωτίας επί συνολικού κύκλου εργασιών ύψους 21.559 χιλ. ευρώ η ΞΥΝΟΣ Α.Ε. εκτιμάται ότι κατέχει μερίδιο αγοράς [...]% ενώ τόσο η ΚΑΡΦΟΥΡ ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε. όσο και η DIA HELLAS δε δραστηριοποιούνται στο νομό.

β) Εκτιμήσεις μεριδίων αγοράς ανταγωνιστών

Όσον αφορά τα μερίδια εκτιμάται ότι των κυριότερων ανταγωνιστών τους το 2003, στην Ελληνική επικράτεια, έχουν ως εξής: Όμιλος ΑΒ Βασιλόπουλος [...]%, Σκλαβενίτης Ι. & Σ. ΑΕΕ [...]%, Όμιλος Βερόπουλος [...]% και LIDL [...]%.

Όσον αφορά τα μερίδια αγοράς ανά νομό, για το ίδιο έτος, εκτιμάται ότι έχουν ως ακολούθως:

Στο νομό Αττικής ο Όμιλος ΑΒ κατέχει το [...]%, Σκλαβενίτης Ι. & Σ. ΑΕΕ [...]%, Όμιλος Βερόπουλος [...]% και LIDL [...]%.

Στο νομό Άρτας, ο βασικός ανταγωνιστής LIDL κατέχει το [...]% της αγοράς.

Στο νομό Πρέβεζας, ο βασικός ανταγωνιστής LIDL κατέχει το [...]% της αγοράς.

Στο νομό Θεσπρωτίας τα μερίδια αγοράς των βασικών ανταγωνιστών της ΞΥΝΟΣ Α.Ε., έχουν ως εξής: Γεώργιος Δήμας [...]%, Ράμμου Ελένη Σούπερ Μάρκετ Λαβύρινθος [...]%.

Κατόπιν έρευνας της Γραμματείας στην υπό κρίση σχετική αγορά προέκυψαν, μεταξύ άλλων, τα ακόλουθα

i) Η Ανταγωνίστρια εταιρεία Α εκτιμά ότι η συνολική αγορά των 32 μεγαλύτερων αλυσίδων ανέρχεται σε 6.973.917.000 ευρώ και με βάση τον κύκλο εργασιών των επτά (7) μεγαλύτερων εταιρειών του κλάδου, τα μερίδια αγοράς στην Ελληνική επικράτεια, για το 2003, έχουν ως ακολούθως:

ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ	ΤΖΙΡΟΣ 2003 (χιλ. ευρώ)	ΜΕΡΙΔΙΑ
Carrefour-Μαρινόπουλος ενοπ.	[...]	[...]
Α.Β. Βασιλόπουλος ενοπ.	[...]	[...]
Σκλαβενίτης Α.Ε.	[...]	[...]
Αφοι Βερόπουλοι ενοπ.	[...]	[...]
Ατλάντικ Α.Ε. ενοπ.	[...]	[...]
ΜΑΚΡΟ	[...]	[...]
Μασούτης Α.Ε. ενοπ.	[...]	[...]

Η εν λόγω ανταγωνίστρια εταιρεία αναφέρει ότι δε διαθέτει στοιχεία σχετικά με τα μερίδια που κατέχουν οι ανταγωνιστές της στους νομούς Άρτας και Πρέβεζας. Επίσης, όσον αφορά στην είσοδο άλλων επιχειρήσεων στον κλάδο και την εκτίμησή της σχετικά με τις επιπτώσεις που θα έχει η υπό κρίση συγκέντρωση στον ανταγωνισμό εκτιμά ότι η είσοδος ξένων αλυσίδων θα επιφέρει σημαντικές ανακατατάξεις στην ελληνική αγορά ενώ η υπό κρίση εξαγορά θα ενισχύσει ακόμα περισσότερο τη θέση της ΚΑΡΦΟΥΡ ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε.

ii) Η Ανταγωνίστρια εταιρεία Β αναφέρει ότι το 2002 η συνολική αξία της αγοράς σούπερ μάρκετ και cash & carry εκτιμάται σε 8.550 εκατ. ευρώ, ενώ σύμφωνα με τις προβλέψεις της ICAP, για το έτος 2003 η εν λόγω αγορά εκτιμάται ότι θα ανέλθει σε 9.400 εκατ. ευρώ περίπου.

Τα μερίδια αγοράς που κατέχουν οι εταιρείες σούπερ μάρκετ και cash & carry στην εθνική επικράτεια, για το 2003, έχουν ως εξής:

ΚΑΡΦΟΥΡ ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ (περιλαμβάνεται η DIA HELLAS)[...]%, ΞΥΝΟΣ Α.Ε [...]%, ΟΜΙΛΟΣ ΑΛΦΑ-ΒΗΤΑ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε [...]%, ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ Ι. & Σ. Α.Ε. [...]%, ΟΜΙΛΟΣ ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΙ ΑΦΟΙ [...]%, ΑΤΛΑΝΤΙΚ Α.Ε. [...]%, ΜΑΚΡΟ Α.Ε. [...]%, ΜΑΣΟΥΤΗΣ Δ. Α.Ε. [...]%, ΜΕΤΡΟ Α.Ε. [...]%, ΠΕΝΤΕ Α.Ε. [...]%, ΑΡΒΑΝΙΤΙΔΗΣ Α.Ε. [...]%

Σημειώνεται ότι τα παραπάνω μερίδια έχουν εξαχθεί βάσει δημοσιευμένων κύκλων εργασιών άνω των 30 εκατομμυρίων ευρώ, ενώ δεν περιλαμβάνεται η εταιρεία Λιντλ Ελλάς & Σία Ο.Ε. δεδομένου ότι λόγω της νομικής της μορφής (ομόρρυθμη) δεν υποχρεούται σε δημοσίευση οικονομικών στοιχείων.

Στο νομό Αττικής, το συνολικό μέγεθος της εν λόγω αγοράς, για το 2003, ανήλθε στα 3.525.656.000 ευρώ και τα μερίδια αγοράς των κυριότερων εταιρειών έχουν ως ακολούθως:

Όμιλος ΚΑΡΦΟΥΡ (συμπεριλαμβάνεται η DIA HELLAS) [...]%, ΞΥΝΟΣ Α.Ε [...]%, ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ [...]%, Α-Β ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ [...]%, ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΣ [...]%, ΑΤΛΑΝΤΙΚ Α.Ε. [...]%, ΜΕΤΡΟ ΑΕΒΕ [...]%, ΠΕΝΤΕ Α.Ε. [...]%, EXTRA ΠΡΩΤΑ [...]%, ΠΑΠΑΓΕΩΡΓΙΟΥ Α.Ε. [...]%, BAZAAR Α.Ε. [...]%.

Η Ανταγωνίστρια Β εκτιμά ότι θα ενισχυθεί η είσοδος ξένων ομίλων (κυρίως hard discounters) στην εγχώρια αγορά κυρίως στις πυκνοκατοικημένες αστικές περιοχές ενώ θα υπάρξει περαιτέρω ενίσχυση των οργανωμένων λιανεμπορικών επιχειρήσεων με εξαγορές έναντι των μικρών παραδοσιακών καταστημάτων, τα οποία όμως θα εξακολουθήσουν να έχουν σημαντικό μερίδιο λόγω της γεωγραφικής διάρθρωσης της Ελλάδας (ορεινό έδαφος, ύπαρξη πολλών νησιών). Σύμφωνα με την άποψη της εν λόγω ανταγωνίστριας εταιρείας, με την εξαγορά της ΞΥΝΟΣ Α.Ε. από την ΚΑΡΦΟΥΡ ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε. θα ενισχυθεί η τελευταία, χωρίς όμως αυτό να σημαίνει ότι θα οδηγηθεί σε ολιγοπώλιο.

iii) Η Ανταγωνίστρια εταιρεία Γ αναφέρει ότι οι τριάντα (30) μεγαλύτερες εταιρείες του κλάδου είχαν συνολικό κύκλο εργασιών 7.059.038,00 ευρώ, για το 2003 και τα μερίδια αγοράς έχουν ως ακολούθως:

ΚΑΡΦΟΥΡ (ΟΜΙΛΟΣ) [...]%, Α-Β ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ (ΟΜΙΛΟΣ) [...]%, Ι. & Σ. ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ ΑΕΕ [...]%, ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΣ (ΟΜΙΛΟΣ) [...]%, ΑΤΛΑΝΤΙΚ (ΟΜΙΛΟΣ) [...]%, ΜΑΣΟΥΤΗΣ (ΟΜΙΛΟΣ) [...]%, ΜΕΤΡΟ Α.Ε.Β.Ε. [...]%, ΠΕΝΤΕ (ΟΜΙΛΟΣ) [...]%, ΑΡΒΑΝΙΤΙΔΗΣ (ΟΜΙΛΟΣ) [...]%, ΙΝΚΑ ΧΑΝΙΩΝ ΣΥΝ. ΠΕ [...]%, Σ/Μ Α. ΜΠΑΛΗΣ & ΣΙΑ Α.Ε. [...]%, ΜΑΡΚΕΤ ΙΝ Α.Ε.Β.Ε. [...]%, Σ/Μ ΞΥΝΟΣ Α.Ε. [...]%.

Η Ανταγωνίστρια Γ εκτιμά ότι την επόμενη πενταετία θα υπάρξουν πολύ σημαντικές εξελίξεις στον εν λόγω κλάδο, ενώ θεωρεί ότι με τη συγκεκριμένη υπό κρίση εξαγορά η ΚΑΡΦΟΥΡ ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε. αποκτά περισσότερη παρουσία στις γειτονιές της Αθήνας δεδομένου ότι η εταιρεία ΞΥΝΟΣ Α.Ε. είναι μία αλυσίδα με καταστήματα γειτονιάς κυρίως συγκεντρωμένα στην Αθήνα.

iv) Η Ανταγωνίστρια εταιρεία Δ αναφέρει ότι δεν είναι σε θέση να δώσει απάντηση σε κανένα ερώτημα που της έθεσε η Υπηρεσία μας.

v) Η Ανταγωνίστρια εταιρεία Ε αναφέρει ότι δεν μπορεί να απαντήσει στις ερωτήσεις τις σχετικές με το συνολικό μέγεθος της αγοράς καθώς επίσης και τα μερίδια αγοράς των κυριότερων εταιρειών που δραστηριοποιούνται στην εν λόγω αγορά, δεδομένου ότι δε συλλέγει τέτοιου είδους πληροφορίες.

Λαμβάνοντας υπόψη τα ανωτέρω, εκτιμάται ότι το συνολικό μέγεθος της σχετικής αγοράς λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ (περιλαμβάνονται οι εταιρείες σούπερ μάρκετ και cash & carry), τόσο στο σύνολο της ελληνικής επικράτειας όσο και στους επιμέρους νομούς Αττικής, Άρτας, Πρέβεζας και Θεσπρωτίας καθώς επίσης και τα μερίδια αγοράς των συμμετεχουσών στη συγκέντρωση μερών και των κυριότερων ανταγωνιστών τους, για το έτος 2003, έχουν ως ακολούθως:

Ελληνική επικράτεια

Το συνολικό μέγεθος εκτιμάται ότι ανήλθε σε 10.110.000.000 ευρώ περίπου και τα μερίδια αγοράς, έχουν ως εξής:

ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ	ΜΕΡΙΔΙΑ
ΚΑΡΦΟΥΡ ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε.	[...]
DIA HELLAS Α.Ε.	[...]
ΣΥΝΟΛΟ ΟΜΙΛΟΥ ΚΑΡΦΟΥΡ	[...]
ΞΥΝΟΣ Α.Ε.	[...]
ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε.	[...]
ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ Α.Ε.	[...]
ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε.	[...]
ΑΤΛΑΝΤΙΚ Α.Ε.	[...]
ΛΙΝΤΛ	[...]
ΜΑΚΡΟ	[...]
ΜΑΣΟΥΤΗΣ	[...]
ΑΡΒΑΝΙΤΙΔΗΣ	[...]

Νομός Αττικής

Το συνολικό μέγεθος της εν λόγω σχετικής αγοράς, για το 2003, εκτιμάται ότι ανήλθε στα 4.141.000.000 ευρώ περίπου και τα μερίδια αγοράς έχουν ως εξής:

ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ	ΜΕΡΙΔΙΑ
ΚΑΡΦΟΥΡ ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε.	[...]
DIA HELLAS Α.Ε.	[...]
ΣΥΝΟΛΟ ΟΜΙΛΟΥ ΚΑΡΦΟΥΡ	[...]
ΞΥΝΟΣ Α.Ε.	[...]
ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ	[...]
ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ	[...]
ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΣ	[...]
ΑΤΛΑΝΤΙΚ	[...]
ΛΙΝΤΛ	[...]

Νομός Άρτας

Το συνολικό μέγεθος της εν λόγω σχετικής αγοράς, για το 2003, εκτιμάται ότι ανήλθε στα 29.545.000 ευρώ περίπου και τα μερίδια αγοράς έχουν ως εξής:

ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ	ΜΕΡΙΔΙΑ
ΚΑΡΦΟΥΡ ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ	[...]
DIA HELLAS Α.Ε.	[...]
ΣΥΝΟΛΟ	[...]
ΞΥΝΟΣ Α.Ε.	[...]
ΛΙΝΤΛ	[...]
ΥΙΟΙ ΧΡ. ΑΓΓΕΛΗ Ο.Ε.	[...]

Νομός Πρέβεζας

Το συνολικό μέγεθος της εν λόγω σχετικής αγοράς,

για το 2003, ανήλθε στα 27.910.000 ευρώ περίπου και τα μερίδια αγοράς έχουν ως εξής:

ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ	ΜΕΡΙΔΙΑ
ΞΥΝΟΣ Α.Ε.	[...]
ΛΙΝΤΛ	[...]

Σημειώνεται ότι στο νομό Πρέβεζας δε δραστηριοποιείται η εξαγοράζουσα εταιρεία ΚΑΡΦΟΥΡ ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε. αλλά ούτε και η DIA HELLAS A.E.

Νομός Θεσπρωτίας

Το συνολικό μέγεθος της εν λόγω σχετικής αγοράς, για το 2003, εκτιμάται ότι ανήλθε στα 21.559.000 ευρώ περίπου και τα μερίδια αγοράς έχουν ως εξής:

ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ	ΜΕΡΙΔΙΑ
ΞΥΝΟΣ Α.Ε.	[...]
ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΔΗΜΑΣ	[...]
ΡΑΜΜΟΥ ΕΛΕΝΗ ΣΟΥΠΕΡ ΜΑΡΚΕΤ ΛΑΒΥΡΙΝΘΟΣ	[...]

Σημειώνεται ότι στο νομό Πρέβεζας δε δραστηριοποιείται η εξαγοράζουσα εταιρεία ΚΑΡΦΟΥΡ ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε. αλλά ούτε και η DIA HELLAS A.E.

Όσον αφορά στις παραπάνω εκτιμήσεις πρέπει να σημειωθούν τα ακόλουθα:

1. Στα μερίδια της εξαγοράζουσας εταιρείας ΚΑΡΦΟΥΡ ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε. θα πρέπει να υπολογιστούν και αυτά της εταιρείας DIA HELLAS διότι η τελευταία ανήκει στο γαλλικό όμιλο CARREFOUR S.A. (εφόσον όπως έχει ήδη προαναφερθεί ο γαλλικός όμιλος κατέχει εξ ολοκλήρου την μητρική εταιρεία της DIA HELLAS, την ισπανική DIASA) και σύμφωνα με το άρθρο 4 στ ο κύκλος εργασιών της προστίθεται στο συνολικό κύκλο της αγοράστριας εταιρείας. Συνεπώς, τα μερίδια της αγοράστριας εταιρείας διαμορφώνονται στην Ελληνική επικράτεια στο [...]% περίπου, στο νομό Αττικής [...]% περίπου και στο νομό Άρτας [...]% περίπου. Στους νομούς Πρέβεζας και Θεσπρωτίας δε δραστηριοποιείται ούτε η ΚΑΡΦΟΥΡ ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε. ούτε η DIA HELLAS. Από τους προαναφερθέντες νομούς μόνο στο νομό Άρτας οι συμμετέχουσες εταιρείες συγκεντρώνουν πάνω από 35% και συγκεκριμένα [...]% περίπου.

2. Κατά την εκτίμηση των μεριδίων αγοράς έχουν ληφθεί υπόψη τόσο οι πωλήσεις των εταιρειών σούπερ μάρκετ καθώς και των cash & carry, τα οποία όμως διενεργούν κυρίως χονδρικές πωλήσεις που όπως έχει ήδη αναφερθεί δεν ανήκουν στη υπό κρίση σχετική αγορά. Επίσης, δεν έχουν υπολογισθεί οι πωλήσεις των παντοπωλείων που έχουν τη μορφή ομόρρυθμων και ετερόρρυθμων εταιρειών διότι δεν υποχρεούνται από το νόμο σε δημοσίευση ισολογισμών. Επομένως, τα μερίδια αγοράς στη λιανική αγορά ειδών σούπερ μάρκετ, που έχουν προαναφερθεί, είναι μικρότερα.

V. ΝΟΜΙΚΗ ΕΚΤΙΜΗΣΗ

1. Κατά το άρθρο 4 παρ. 2 εδαφ. β΄ του ν. 703/77, όπως ισχύει, «συγκέντρωση πραγματοποιείται όταν ένα ή περισσότερα πρόσωπα που ελέγχουν ήδη τουλάχιστον μία ή περισσότερες επιχειρήσεις, αποκτούν άμεσα ή έμμεσα τον έλεγχο του συνόλου ή τμημάτων μίας ή περισσότερων άλλων επιχειρήσεων».

Συνεπώς, η εξαγορά του 100% της εταιρείας ΣΟΥΠΕΡ ΜΑΡΚΕΤ ΞΥΝΟΣ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ από την εταιρεία ΚΑΡΦΟΥΡ ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΓΕΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ, ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΕΩΣ ΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΑΣΚΗΣΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ αποτελεί συγκέντρωση επιχειρήσεων κατά την έννοια της ανωτέρω διάταξης, η οποία εμπίπτει στις σχετικές με τις συγκεντρώσεις ρυθμίσεις του νόμου αυτού.

2. Κατά το άρθρο 4β παρ. 1 του παραπάνω νόμου κάθε συγκέντρωση επιχειρήσεων πρέπει να γνωστοποιείται στην Επιτροπή Ανταγωνισμού μέσα σε δέκα (10) εργάσιμες ημέρες από τη σύναψη της συμφωνίας ή τη δημοσίευση της προσφοράς ή ανταλλαγής ή την απόκτηση συμμετοχής που εξασφαλίζει τον έλεγχο της επιχείρησης, όταν: α) με τη συγκέντρωση αποκτάται ή αυξάνεται μερίδιο αγοράς των προϊόντων ή των υπηρεσιών που αφορά η συγκέντρωση, όπως αυτό ορίζεται στο άρθρο 4στ, που αντιπροσωπεύει στην ελληνική αγορά ή σε ένα σημαντικό, σε συνάρτηση με τα χαρακτηριστικά των προϊόντων ή των υπηρεσιών, τμήμα της, τουλάχιστον 35% του συνολικού κύκλου εργασιών που πραγματοποιείται με τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες που θεωρούνται ομοειδή από τον καταναλωτή, λόγω των ιδιοτήτων, της τιμής τους και της χρήσης για την οποία προορίζονται ή β) ο συνολικός κύκλος εργασιών όλων των επιχειρήσεων που συμμετέχουν στη συγκέντρωση, κατά τα οριζόμενα στο άρθρο 4στ, ανέρχεται, στην εθνική αγορά, τουλάχιστον σε 150.000.000 ευρώ και δύο τουλάχιστον από τις συμμετέχουσες επιχειρήσεις πραγματοποιούν, κάθε μία χωριστά, συνολικό κύκλο εργασιών άνω των 15.000.000 ευρώ.

Η υπό κρίση συγκέντρωση υπόκειται υποχρεωτικά σε προηγούμενη γνωστοποίηση σύμφωνα με τις ανωτέρω διατάξεις του νόμου, δεδομένου ότι πληρούνται και οι δύο προϋποθέσεις που ορίζει ο νόμος και συγκεκριμένα, α) στην εθνική αγορά, για το έτος 2003, ο συνολικός κύκλος εργασιών όλων των συμμετεχουσών στη συγκέντρωση επιχειρήσεων, στην εθνική αγορά, ανήλθε στο ποσό των 1.416.055.586,47 ευρώ ενώ για το ίδιο έτος η εταιρεία ΚΑΡΦΟΥΡ ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε. πραγματοποίησε κύκλο εργασιών, στην εθνική αγορά, που ανήλθε στα [...] ευρώ και η εταιρεία ΞΥΝΟΣ Α.Ε. [...] ευρώ και β) το μερίδιο που κατέχουν οι συμμετέχουσες στη συγκέντρωση επιχειρήσεις, σύμφωνα με τα στοιχεία του φακέλου και τις εκτιμήσεις της Γραμματείας, σε μία από τις υπό κρίση αγορές, αυτή του Ν. Άρτας ανήλθε σε [...]% περίπου.

Η εν λόγω συγκέντρωση γνωστοποιήθηκε από τις εταιρείες ΚΑΡΦΟΥΡ ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε. και ΞΥΝΟΣ Α.Ε., εμπρόθεσμα στις 9.7.2004 (από τις 2.7.2004 που υπεγράφη η σύμβαση μεταξύ της αγοράστριας και των πωλητών).

3. Κατά το άρθρο 4ε παρ. 1 του ν. 703/77, όπως ισχύει, απαγορεύεται η πραγματοποίηση συγκεντρώσεων που υπάγονται στη διαδικασία προληπτικού ελέγχου μέχρι την έκδοση απόφασης της Επιτροπής Ανταγωνισμού, η δε υπαίτια παράβαση της απαγόρευσης αυτής έχει ως αποτέλεσμα την επιβολή, στους υπόχρεους προς γνωστοποίηση, προστίμου ύψους τουλάχιστον 10.000.000 δρχ., το οποίο δεν υπερβαίνει το 15% του συνολικού κύκλου εργασιών, όπως αυτός ορίζεται στο άρθρο 4στ.

Επίσης, σύμφωνα με την παρ. 3 του άρθρου 4 ν.703/77,

για την εφαρμογή του νόμου, ο έλεγχος απορρέει από δικαιώματα, συμβάσεις ή άλλα μέσα, τα οποία είτε μεμονωμένα είτε από κοινού με άλλα και λαμβανομένων υπόψη των σχετικών πραγματικών ή νομικών συνθηκών, παρέχουν τη δυνατότητα καθοριστικής επίδρασης στη δραστηριότητα μιας επιχείρησης, και ιδίως από: α) δικαιώματα κυριότητας ή επικαρπίας επί του συνόλου ή μέρους των περιουσιακών στοιχείων της επιχείρησης, β) δικαιώματα ή συμβάσεις που παρέχουν δυνατότητα καθοριστικής επίδρασης στη σύνθεση, στις συσκέψεις ή στις αποφάσεις των οργάνων μιας επιχείρησης.

Επίσης, κατά την παρ. 4 του ίδιου άρθρου, ο έλεγχος αποκτάται από το πρόσωπο ή τα πρόσωπα ή τις επιχειρήσεις, που: α) είναι υποκείμενα αυτών των δικαιωμάτων ή δικαιούχοι από τις συμβάσεις αυτές ή β) χωρίς να είναι υποκείμενα των δικαιωμάτων ή δικαιούχοι από τις συμβάσεις αυτές, δικαιούνται να ασκούν τα δικαιώματα που απορρέουν από αυτές.

Περαιτέρω, απόκτηση ελέγχου μπορεί επίσης να υπάρχει ακόμα και αν αυτό δεν αποτελεί δεδηλωμένη πρόθεση των μερών. Επιπλέον, ορίζεται σαφώς ότι ο έλεγχος «παρέχει την δυνατότητα καθοριστικού επηρεασμού» μάλλον, παρά την πραγματική άσκηση του εν λόγω επηρεασμού. Ο δε έλεγχος που αποκτάται μπορεί να είναι αποκλειστικός ή κοινός. Και στις δύο περιπτώσεις, ο έλεγχος ορίζεται ως η δυνατότητα καθοριστικού επηρεασμού της δραστηριότητας μιας επιχείρησης με βάση δικαιώματα, συμβάσεις ή οποιαδήποτε άλλα μέσα. Κοινός έλεγχος υφίσταται όταν δύο ή περισσότερες επιχειρήσεις ή πρόσωπα έχουν τη δυνατότητα να ασκούν αποφασιστική επιρροή σε μία άλλη επιχείρηση. Ως αποφασιστική επιρροή με την έννοια αυτή νοείται, κατά κανόνα, η εξουσία αναστολής ενεργειών που καθορίζουν την εμπορική στρατηγική συμπεριφορά μιας επιχείρησης (βλ. ΕΑ 201/ΙΙΙ/2001).

Στην προκειμένη περίπτωση η αγοράστρια εταιρεία ΚΑΡΦΟΥΡ ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε. υποχρεώνει τους πωλητές να αναλάβουν ορισμένες δεσμεύσεις και υποχρεώσεις μέχρι την τελική υπογραφή της σύμβασης πώλησης μετοχών. Ειδικότερα στο άρθρο 8 προβλέπεται ότι [...].

Από τα παραπάνω συνάγεται ότι οι προαναφερθέντες δεσμεύσεις που αναφέρονται στην εν λόγω Σύμβαση, υποδηλώνουν απόκτηση (κοινού) ελέγχου.

Συνεπώς, η πρόωρη πραγματοποίηση της συγκέντρωσης από τα μέρη δεν μπορεί να αποδοθεί σε λάθος εκτίμηση του πεδίου εφαρμογής του ν. 703/77 και ειδικότερα των διατάξεων που αναφέρονται στις συγκεντρώσεις επιχειρήσεων και προφανώς οφείλεται σε υπαιτιότητα αυτών.

Κατά το άρθρο 4γ παρ. 1 του ν. 703/77, όπως τροποποιήθηκε και ισχύει, με απόφαση της Επιτροπής Ανταγωνισμού απαγορεύεται κάθε συγκέντρωση επιχειρήσεων που υπόκειται σε προηγούμενη γνωστοποίηση και η οποία μπορεί να περιορίσει σημαντικά τον ανταγωνισμό στην εθνική αγορά ή σε σημαντικό σε συνάρτηση με τα χαρακτηριστικά των προϊόντων τμήμα της και ιδίως με τη δημιουργία ή ενίσχυση δεσπόζουσας θέσης.

Με βάση τα προαναφερθέντα, παρατηρούνται τα ακόλουθα:

- Στην αγορά της λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ η εξαγοράζουσα εταιρεία ΚΑΡΦΟΥΡ ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε. κατέχει την πρώτη θέση στην Ελληνική επικράτεια και στο νομό Αττικής. Η εξαγοραζόμενη εταιρεία όμως έχει πολύ μικρό μερίδιο στις υπό κρίση σχετικές αγορές. Επομένως, δεν θα υπάρξει αισθητή διαφορά στη θέση της εξαγοράζουσας και σε κάθε περίπτωση δεν δημιουργείται ή ενισχύεται δεσπόζουσα θέση στη σχετική αγορά.

- Στο νομό Άρτας η θέση της εξαγοράζουσας ενισχύεται και το συνδυασμένο μερίδιο των εταιρειών θα ανέλθει στο [...]% περίπου, ενώ οι βασικοί ανταγωνιστές της LIDL και ΑΓΓΕΛΗΣ κατέχουν σημαντικά μερίδια. Επιπλέον όπως έχει ήδη αναφερθεί δεν έχουν υπολογισθεί οι πωλήσεις των παντοπωλείων με αποτέλεσμα τα μερίδια να είναι μικρότερα.

- Στους νομούς Θεσπρωτίας και Πρέβεζας η ΚΑΡΦΟΥΡ ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε. δεν έχει καθόλου παρουσία και αποκτάει με την εξαγορά της ΞΥΝΟΣ Α.Ε.

- Επίσης, δεν υφίστανται ιδιαίτερα νομικά ή άλλου είδους εμπόδια για την είσοδο μιας επιχείρησης στον κλάδο των σούπερ μάρκετ.

- Γενικότερα στην εν λόγω αγορά αναμένεται να υπάρξουν και είσοδοι ξένων επιχειρήσεων αλλά και άλλες εξαγορές καθώς επίσης και επέκταση των δικτύων των εταιρειών που ήδη δραστηριοποιούνται στη λιανική πώληση ειδών σούπερ μάρκετ και εκτιμάται ότι ο δυνητικός ανταγωνισμός θα εξακολουθήσει να είναι μεγάλος προς όφελος των καταναλωτών.

- Στην αγορά δραστηριοποιούνται μεγάλες και μικρότερες αλυσίδες σούπερ μάρκετ με σημαντική οικονομική επιφάνεια και διαπραγματευτική δύναμη όσον αφορά τους προμηθευτές τους.

4. Δευτερεύοντες περιορισμοί

Σύμφωνα με την ανακοίνωση (2001/C 188/03) της Ευρωπαϊκής Επιτροπής σχετικά με τους δευτερεύοντες περιορισμούς, αυτοί πρέπει να είναι άμεσα συνδεόμενοι με το κύριο αντικείμενο της συγκέντρωσης και αναγκαίοι για την πραγματοποίησή της, υπό την έννοια ότι, εάν δεν υπήρχαν, η συγκέντρωση δεν θα μπορούσε να πραγματοποιηθεί ή θα μπορούσε μόνο υπό περισσότερο αβέβαιες συνθήκες, με αισθητά υψηλότερο κόστος, σε μεγαλύτερο χρονικό διάστημα και με πολύ περισσότερες δυσχέρειες. Για να προσδιορισθεί δε εάν ένας περιορισμός είναι αναγκαίος ή όχι, πρέπει να ληφθεί υπόψη όχι μόνο η φύση του, αλλά επίσης να εξασφαλιστεί ότι η διάρκεια, το αντικείμενο και το γεωγραφικό πεδίο εφαρμογής του δεν υπερβαίνουν εκείνα που εύλογα απαιτούνται για την πραγματοποίηση της συγκέντρωσης.

Η άμεση σύνδεση με την συγκέντρωση και η αναγκαιότητα των περιορισμών εκτιμώνται με αντικειμενικά κριτήρια. Οι περιορισμοί δεν κρίνονται αναγκαίοι για την πραγματοποίηση της συγκέντρωσης και άμεσα συνδεόμενοι με αυτήν απλώς και μόνο επειδή τα μέρη τους θεωρούν τέτοιους.

Στην υπό κρίση συγκέντρωση και πιο συγκεκριμένα στο άρθρο 12 της από τις 2.7.2004 σύμβασης αναφέρονται τα ακόλουθα: «[...]. [...]».

Η Επιτροπή Ανταγωνισμού, λαμβάνοντας υπόψη όλα τα ανωτέρω κρίνει ότι οι προαναφερθέντες δευτερεύοντες περιορισμοί, οι οποίοι προβλέπονται στην από 2.7.2004 σύμβαση, είναι άμεσα συνδεόμενοι με το αντικείμενο της συγκέντρωσης και αναγκαίοι για την πραγματοποίησή της.

ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ ΑΥΤΟΥΣ

Η Επιτροπή Ανταγωνισμού αποφαίνεται:

«α) Ότι δεν συντρέχει νόμιμος λόγος απαγόρευσης της από 9.7.2004 γνωστοποιηθείσας, σύμφωνα με το άρθρο 4β του ν. 703/77, όπως ισχύει, συγκέντρωσης επιχειρήσεων που αφορά την απόκτηση από την εταιρεία ΚΑΡΦΟΥΡ ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΓΕΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ, ΕΚΜΕΤΑΛΕΥΣΕΩΣ ΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΑΣΚΗΣΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ του αποκλειστικού ελέγχου της εταιρείας ΣΟΥΠΕΡ ΜΑΡΚΕΤ ΞΥΝΟΣ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ, η οποία θα λάβει χώρα σύμφωνα με την από 2.7.2004 Σύμβαση.

β) Καλεί την Γραμματεία να υποβάλλει εντός δεκαπέντε ημερών, συμπληρωματική εισήγηση ως προς υποχρέωση γνωστοποίησης της ως άνω συγκέντρωσης από τα φυσικά πρόσωπα [...], [...], [...] και την εταιρία ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ ΞΥΝΟΣ- ΔΕΣΠΟΙΝΑ ΞΥΝΟΥ Ο.Ε., πωλητές της εξαγοραζόμενης εταιρίας ΣΟΥΠΕΡ ΜΑΡΚΕΤ ΞΥΝΟΣ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ για να διεξαχθεί περαιτέρω συζήτηση με κλήτευση αυτών και

γ) Αναβάλει την έκδοση απόφασης επιβολής προστίμου για πρόωρη πραγματοποίηση της συγκέντρωσης, κατά παράβαση του άρθρου 4ε παρ. 1 του ν. 703/77, όπως ισχύει, στους υπόχρεους προς γνωστοποίηση της συγκέντρωσης έως την συζήτηση που θα διεξαχθεί έπειτα από την υποβολή της συμπληρωματικής εισήγησης της Γραμματείας».

Η απόφαση εκδόθηκε την 5η Οκτωβρίου 2004.

Η απόφαση αυτή να δημοσιευθεί στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως.

Ο Πρόεδρος
ΣΠΥΡΙΔΩΝ ΖΗΣΙΜΟΠΟΥΛΟΣ

ΕΘΝΙΚΟ ΤΥΠΟΓΡΑΦΕΙΟ

ΕΦΗΜΕΡΙΣ ΤΗΣ ΚΥΒΕΡΝΗΣΕΩΣ

ΤΙΜΗ ΠΩΛΗΣΗΣ ΦΥΛΛΩΝ ΤΗΣ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΤΗΣ ΚΥΒΕΡΝΗΣΕΩΣ

Σε έντυπη μορφή:

- Για τα Φ.Ε.Κ. από 1 έως 16 σελίδες σε 1 € προσαυξανόμενη κατά 0,20 € για κάθε επιπλέον οκτασέλιδο ή μέρος αυτού.
- Για τα φωτοαντίγραφα Φ.Ε.Κ. σε 0,15 € ανά σελίδα.

Σε μορφή DVD/CD:

Τεύχος	Ετήσια έκδοση	Τριμηνιαία έκδοση	Μηνιαία έκδοση
Α΄	150 €	40 €	15 €
Β΄	300 €	80 €	30 €
Γ΄	50 €	-	-
Υ.Ο.Δ.Δ.	50 €	-	-
Δ΄	110 €	30 €	-

Τεύχος	Ετήσια έκδοση	Τριμηνιαία έκδοση	Μηνιαία έκδοση
Α.Α.Π.	110 €	30 €	-
Ε.Β.Ι.	100 €	-	-
Α.Ε.Δ.	5 €	-	-
Δ.Δ.Σ.	200 €	-	20 €
Α.Ε.-Ε.Π.Ε.	-	-	100 €

- Η τιμή πώλησης μεμονωμένων Φ.Ε.Κ. σε μορφή cd-rom από εκείνα που διατίθενται σε ψηφιακή μορφή και μέχρι 100 σελίδες, σε 5 € προσαυξανόμενη κατά 1 € ανά 50 σελίδες.

ΕΤΗΣΙΕΣ ΣΥΝΔΡΟΜΕΣ Φ.Ε.Κ.

Τεύχος	Έντυπη μορφή
Α΄	225 €
Β΄	320 €
Γ΄	65 €
Υ.Ο.Δ.Δ.	65 €

Τεύχος	Έντυπη μορφή
Δ΄	160 €
Α.Α.Π.	160 €
Ε.Β.Ι.	65 €
Α.Ε.Δ.	10 €

Τεύχος	Έντυπη μορφή
Α.Ε.-Ε.Π.Ε.	2.250 €
Δ.Δ.Σ.	225 €
Α.Σ.Ε.Π.	70 €
Ο.Π.Κ.	-

- Το τεύχος Α.Σ.Ε.Π. (έντυπη μορφή) θα αποστέλλεται σε συνδρομητές ταχυδρομικά, με την επιβάρυνση των 70 €, ποσό το οποίο αφορά τα ταχυδρομικά έξοδα.

- Η καταβολή γίνεται σε όλες τις Δημόσιες Οικονομικές Υπηρεσίες (Δ.Ο.Υ.). Το πρωτότυπο διπλότυπο (έγγραφο αριθμ. πρωτ. 9067/28.2.2005 2η Υπηρεσία Επιτρόπου Ελεγκτικού Συνεδρίου) με φροντίδα των ενδιαφερομένων, πρέπει να αποστέλλεται ή να κατατίθεται στο Εθνικό Τυπογραφείο (Καποδιστρίου 34, Τ.Κ. 104 32 Αθήνα).
- Σημειώνεται ότι φωτοαντίγραφα διπλοτύπων, ταχυδρομικές Επιταγές για την εξόφληση της συνδρομής, δεν γίνονται δεκτά και θα επιστρέφονται.
- Οι οργανισμοί τοπικής αυτοδιοίκησης, τα νομικά πρόσωπα δημοσίου δικαίου, τα μέλη της Ένωσης Ιδιοκτητών Ημερησίου Τύπου Αθηνών και Επαρχίας, οι τηλεοπτικοί και ραδιοφωνικοί σταθμοί, η Ε.Σ.Η.Ε.Α, τα τριτοβάθμια συνδικαλιστικά όργανα και οι τριτοβάθμιες επαγγελματικές ενώσεις δικαιούνται έκπτωσης πενήντα τοις εκατό (50%) επί της ετήσιας συνδρομής.
- Το ποσό υπέρ ΤΑ.Π.Ε.Τ. (5% επί του ποσού συνδρομής), καταβάλλεται ολόκληρο (Κ.Α.Ε. 3512) και υπολογίζεται πριν την έκπτωση.
- Στην Ταχυδρομική συνδρομή του τεύχους Α.Σ.Ε.Π. δεν γίνεται έκπτωση.

Πληροφορίες για δημοσιεύματα που καταχωρίζονται στα Φ.Ε.Κ. στο τηλ.: 210 5279000.
Φωτοαντίγραφα παλαιών Φ.Ε.Κ.: τηλ.: 210 8220885.

Τα φύλλα όλων των τευχών της Εφημερίδας της Κυβερνήσεως διατίθενται δωρεάν σε ηλεκτρονική μορφή από την ιστοσελίδα του Εθνικού Τυπογραφείου (www.et.gr)

Ηλεκτρονική Διεύθυνση: http://www.et.gr - e-mail: webmaster.et@et.gr

ΟΙ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗΣ ΠΟΛΙΤΩΝ ΛΕΙΤΟΥΡΓΟΥΝ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΑ ΑΠΟ 08:00 ΜΕΧΡΙ 13:30



ΑΠΟ ΤΟ ΕΘΝΙΚΟ ΤΥΠΟΓΡΑΦΕΙΟ
ΚΑΠΟΔΙΣΤΡΙΟΥ 34 * ΑΘΗΝΑ 104 32 * ΤΗΛ. 210 52 79 000 * FAX 210 52 21 004